

10 MILIARDI DI RICAVI PER GLI “AUDIOVISIVI DI RETE” AL 2014

Una ricerca condotta dallo studio legale DLA Piper e da e-Media Institute delinea lo scenario evolutivo del mercato degli “audiovisivi di rete” in Italia, anche in relazione all’adozione della direttiva 2007/65/CEE sui Servizi Media Audiovisivi.

Roma, 2 marzo 2010 – L’implementazione della Direttiva 2007/65/CEE introduce nella normativa italiana il concetto di “Servizi di Media Audiovisivi”. Una **ricerca condotta da DLA Piper ed e-Media Institute**, presentata oggi durante il seminario “*Il nuovo mercato degli audiovisivi di rete*”, analizza gli aspetti economici e normativi connessi alla formazione del mercato degli “audiovisivi di rete”.

I quattro singoli mercati dell’audiovisivo (televisione, Home Video, servizi video via Internet – Web e servizi video via mobile) tenderanno sempre più a integrarsi e a confluire nel macro settore degli “Audiovisivi di rete” o dei “Servizi di Media Audiovisivi”, sui quali la Direttiva del 2007 e il Decreto di recepimento approvato ieri in Consiglio dei Ministri dettano una disciplina molto puntuale.

Il mercato così definito, misurato al livello dei ricavi degli editori audiovisivi, raggiungerà complessivamente al 2014 un valore economico di circa 10,3 miliardi di euro. Partendo da un valore pari a 8,4 miliardi di Euro nel 2008, si tratta di una crescita media annua pari al 3,5% fino al 2014.

Nel periodo 2002 – 2008 è stata la piattaforma televisiva a trainare la crescita del mercato, con un tasso medio annuo di crescita del 7,2%. Nello stesso arco di tempo sono cresciuti a tassi elevati anche gli audiovisivi via Internet – Web (+ 92%) e quelli via mobile (+ 51%), che però partivano da valori prossimi allo zero.

Secondo le previsioni contenute nella ricerca, nell’arco di tempo 2008 – 2014, saranno proprio questi due segmenti (audiovisivi via Internet – Web e audiovisivi via mobile) a registrare i tassi di crescita più elevati. **Per gli audiovisivi via Internet – Web si stima un aumento dei ricavi degli editori pari al 65% annuo;** per quelli via *mobile* l’incremento dovrebbe essere del 18% annuo. Il mercato Home Video pare invece destinato ad una ulteriore contrazione (-8% circa all’anno dal 2008 al 2014 per i ricavi degli editori dalla vendita e noleggio di supporti fisici).

Nonostante la crescita attesa delle piattaforme neo-televisive (Internet-Web e mobile), la “televisione su televisore” è destinata comunque a mantenere un solido primato sul mercato degli “audiovisivi di rete” anche nei prossimi cinque anni, generando il 94% dei ricavi dell’intero mercato al 2014. Tuttavia, all’interno del settore televisivo, si assisterà ad una **redistribuzione dei ricavi. Si prevede infatti**

che i ricavi degli editori dal pagamento diretto degli utenti per servizi di Pay-TV supereranno, entro il 2014, i ricavi da inserzioni commerciali.

"Con la progressiva digitalizzazione dei contenuti e delle reti è necessario un ripensamento dell'impostazione regolamentare generale" – ha commentato Giangiaco Olivi, partner dello studio legale DLA Piper, coautore della ricerca – "L'implementazione della Direttiva nel nostro ordinamento è senz'altro un fatto positivo, anche in considerazione delle ultime modifiche apportate al Decreto Legislativo di recepimento. In considerazione dell'evolversi del mondo dei media, è comunque imprescindibile un ulteriore passo avanti, che necessariamente presuppone l'abbandono dell'attuale dicotomia tra servizi assoggettati alla direttiva sugli audiovisivi e i servizi disciplinati dalla direttiva sull'e-commerce (che prevede, come noto, l'esenzione di responsabilità per i servizi di hosting). E' forse il caso di ipotizzare un nuova fattispecie di fornitore di servizi (es. piattaforme user generated / piattaforme di sharing ecc.) che per avvalersi delle esenzioni di responsabilità debba però adottare delle ulteriori garanzie (es. cooperazione nell'adozione di sistemi di filtraggio - nel rispetto della privacy - o specifiche clausole contrattuali con gli utenti / soggetti che aderiscono alla community ecc.). Ciò perché si deve distinguere tra chi si limita a fornire la rete, che deve godere di una più ampia esenzione da responsabilità, e chi ospita determinati contenuti altrui e, pur non controllandoli editorialmente, li organizza un quadro organico (anche solo sotto il profilo grafico e di back up tecnologico) e ne trae un evidente vantaggio economico.

"Dalle nostre analisi previsionali sull'evoluzione dei ricavi" – dichiara Emilio Pucci, fondatore di e-Media Institute – "emerge che la formazione del mercato integrato degli audiovisivi di rete vedrà ancora nel 2014 la piattaforma televisiva totalizzare il 94% dei ricavi complessivi. L'ambiente Internet – Web si presenta oggi per gli editori audiovisivi più come un problema - di posizionamento, strategie, modelli di business e controllo editoriale - che non come una fonte di ricavi aggiuntivi. L'ambiente distributivo basato sulle reti cellulari risulta invece più facile da presidiare, anche se si orienta sempre più ad essere assimilato, di fatto, all'ambiente Internet – Web, in considerazione della maggiore diffusione delle connessioni Internet illimitate e sempre attive".

Per ulteriori informazioni:

<p> DLA Piper Business Development Gaia Francieri +39 331 6708408 gaia.francieri@dlapiper.com </p>	<p> DSC consulenza e comunicazione Ufficio Stampa Federico Cerrato • +39 348 8979909 • federico.cerrato@dscitalia.net Emanuela Capitanio • +39 347 4319334 • emanuela.capitanio@dscitalia.net </p>
---	---